
Your Business Beyond Borders

Gids over de Dienstverlening van Alexander Vissers

Inleiding

Alexander Vissers bouwde de afgelopen 25 jaar buitenlandse markten op. Zijn eerste buitenlandse verkoopervaring deed hij op in de Verenigde Staten. Bij multinationals als Douwe Egberts en Michelin groeide hij door in Internationale Verkoop, Marketing, Strategie en Management. Overal ter wereld werkte hij met teams aan de groei van handel met partners en key accounts.

Bij Maxi-Cosi nam hij de volledige Export naar 80 landen voor zijn rekening. Hij bouwde de Strategie en zette die samen met sterke collega's en handelsrelaties wereldwijd om in resultaat.

In 2015 zette Alexander de stap: hij deelt zijn internationale kennis voortaan met KMO-bedrijven. Samen met een team van specialisten begeleidde hij al talloze ondernemers naar buitenlandse groei. Begin je net met exporteren, of ben je al een ervaren internationale speler? Je krijgt gerichte ondersteuning op maat, in vrijwel elke sector: ICT (software, hardware, IoT), consumentengoederen, voeding, kapitaalgoederen, diensten, bouw. Kortom, bijna het hele spectrum aan B2B- en B2C-producten en -diensten.

In deze gids ontdek je welke stappen bijdragen aan succesvol ondernemen in het buitenland. Elke stap bewees zich al in de praktijk, bij tientallen bedrijven in Vlaanderen en Nederland.

Zo verover je efficiënt de markt over de grens. Your business beyond borders.

In dit boekje spreken we over **KMO-bedrijven** (MKB-bedrijven in Nederland). Volgens de Europese definitie zijn dat zelfstandige bedrijven met **minder dan 250 werknemers** en met **een jaaromzet van maximaal 50 miljoen euro** of een **balanstotaal van maximaal 43 miljoen euro**.

Internationaal Ondernemen

Wil je met je bedrijf de grens over? Dan duiken er vragen op. Hoe groot is de markt? Wie is de concurrentie? Welke cijfers en cultuurverschillen spelen mee? Bedrijven die het buitenland succesvol veroveren, zoeken dit eerst uit. Zo bouw je een plan van aanpak waar je op kunt vertrouwen.

De keuze voor het buitenland is een fundamentele. Je richt je bedrijf voor langere tijd anders in en investeert stevig in de nieuwe markt. Hoeveel precies, hangt af van de aard en omvang van je organisatie.

Je exportverhaal brengt uitdagingen met zich mee, en die complexiteit groeit zodra je in meerdere markten tegelijk werkt. De wereld buiten je vertrouwde leefomgeving beïnvloedt hoe je bedrijf zich ontwikkelt: denk aan economische crises, oorlog, een kernramp of natuurgeweld. Als ondernemer vraagt internationale groei dus vooral flexibiliteit en aanpassingsvermogen van jou.

In deze gids ontdek je welke mogelijkheden we je bieden, los of gecombineerd. Wil je meer weten? Neem gerust contact op.

KMO-bedrijven en het buitenland

Je bent niet de eerste ondernemer die de grens over wil. Ondernemerszin zit ons niet voor niets in het bloed in de Lage Landen. Toch zien we bij veel bedrijven dezelfde valkuilen terugkomen: valkuilen die doelgericht handelen in de weg staan.

De belangrijkste: veel KMO's kijken vooral naar hun product. Natuurlijk dank je je huidige marktpositie voor een groot deel aan de kwaliteit van je product of dienst. Maar kijk ook eens goed naar de markt zelf. Wat speelt er om je heen? Hoe zit die markt precies in elkaar? Wat doen eindgebruikers met jouw product? Wie wint er, en waarom?

Analyseer ook je verkoopcijfers van de afgelopen jaren. Via welke kanalen verkoop je? Wie zijn je belangrijkste klanten en klantgroepen? Waar zit de groei? Leg die bevindingen naast de situatie op de (buitenlandse) markt. Zo zie je precies waar je staat en wat je nog moet doen om vooruit te komen. Je kwaliteit blijft daarbij een belangrijk deel van je verhaal.

Om het overzichtelijk te houden, brengen we de behoeften van onze klanten samen in vier stappen: de **Export 4Step**. Soms doorloop je alle vier de stappen om je buitenlandse verkoop vooruit te helpen. Ben je al succesvol actief in het buitenland? Dan pak je misschien maar één onderdeel: een Partner Search in een specifiek land, of een kritische blik op je bestaande strategie. Ook zetelen we in verschillende Adviesraden bij KMO's in Vlaanderen en Nederland.

1. Internationale Strategie

Voor je van start gaat, sta je best even stil en denk je na. Samen brengen we de belangrijkste exportvraagstukken in kaart en bespreken we ze open. Daarna zoeken we naar oplossingen. Want wij bouwen aan structurele buitenlandse groei voor jouw bedrijf, geen eenmalige succesjes.

Voordat je de markt betreedt, bepaal je hoe je dat aanpakt. Ons uitgangspunt is altijd jouw eigen strategie op je thuismarkt. Die vormt de basis voor de verdere groei van je bedrijf.

Ontwikkel je de markt zelf, of zoek je een geschikte handelspartner? Bij die keuze tussen directe en indirecte marktontwikkeling weeg je de voordelen van een goede handelspartner mee. Die heeft vaak al vergelijkbare producten of diensten in portfolio, of toegang tot verkoopkanalen die voor jou belangrijk zijn.

Ontwikkel je de markt zelf? Dan neem je met hogere investeringen ook meer risico, denk aan een eigen vestiging. Een tussenvorm kan ook. We leggen je graag uit hoe je dat aanpakt.

Tot slot bepaal je welk doelland je wilt ontwikkelen. Met een sterke analyse, vanuit jouw specifieke bedrijfsachtergrond, breng je de kansen per land in kaart. Zo stel je de juiste prioriteiten.

Wij geloven sterk in organische groei vanuit je thuismarkt. Duitsland, Frankrijk of Engeland* ontwikkel je logischerwijs vanuit de Lage Landen, in plaats van te starten op een ver en onbekend continent.

*Door de Brexit gelden voor Engeland meer douaneregels, vooral voelbaar in de voedings- en transportsector. Export binnen de EU verloopt een stuk eenvoudiger, maar ook in specifieke Britse sectoren liggen nog goede kansen.

Jouw ontwikkeling staat bij ons centraal. Vanuit die basis bepalen we de juiste aanpak voor het buitenland, ook als je daarvoor moet afwijken van hoe je thuis zakendoet. Denk aan andere verkoopkanalen dan je gewend bent, of een ander niveau van automatisering en e-business.

2. Organisatie

Hoe organiseer je je bedrijf voor de stap naar het buitenland? Binnengehaalde orders zet je om in leveringen en betalingen. Naast Sales en Marketing is de Back Office de stille motor die alle radertjes soepel laat draaien. Goed zicht op administratie, orders, verkoopgegevens, beschikbaarheid,

facturatie, logistiek en betalingen: dat is cruciaal om buitenlandse orders om te zetten in blijvende groei. Ook de samenwerking tussen je medewerkers speelt daarin mee.

Je verkopers kennen de weg in het buitenland en passen zich aan een andere omgeving aan. Ze laten hun aanpak evolueren van losse verkooporders naar continue business development met blijvende resultaten. En ze bewaken de cash flow.

Je marketingboodschap vertaal je naar de gewenste taal. Marketing en communicatie zet je gestandaardiseerd in, zodat je handelspartner, reseller en eindgebruiker optimaal geïnformeerd blijven in jouw eigen huisstijl. Zo bouw je jouw bedrijfsidentiteit op in verschillende markten.

We helpen je de juiste organisatie in te richten. Samen creëren we nieuwe functies of passen we bestaande functies aan. Zo krijg je een oplossing die past bij jouw bedrijf, op een kostenefficiënte manier.

3. Partner Search & Selectie

Kies je voor indirecte marktontwikkeling? Dan zoek je een handelspartner die de markt voor jou ontwikkelt. Daarvoor zijn verschillende mogelijkheden.

Zoek je een distributeur? Dan vinden we een handelspartner die voor eigen risico en rekening jouw producten in- en verkoopt. Vaak heeft die organisatie al toegang tot relevante verkoopkanalen en een productportfolio dat aansluit bij jouw propositie. Idealiter spreekt hij jouw taal en heeft hij de organisatie om je product te importeren, op te slaan, te verkopen en te verdelen.

Een agent genereert namens jou alleen verkoop. Hij zet zijn netwerk in voor jouw verkoop, maar het economisch risico blijft bij jou. De transactie loopt rechtstreeks tussen jou en de afnemer in het buitenland. De agent ontvangt van jou een provisie.

Op basis van jouw behoeften gaan onze specialisten in het betreffende land op zoek naar interessante handelspartners. Onze specifieke kennis en ervaring maken daarbij het verschil: we weten precies hoe het is om in het buitenland te ondernemen, want we stonden zelf met onze voeten in de modder. Die ervaring zetten we in bij onze dienstverlening aan ondernemers, samen met ons uitgebreide netwerk en specifieke informatiebronnen.

Stap voor stap zoeken we de meest geschikte partner. Jouw oordeel weegt daarbij het zwaarst: elke mogelijkheid die we voorstellen, bevestig jij. Aan het einde van het selectieproces bezoek je de meest interessante kandidaten, en we staan je daarbij graag terzijde. Wil je dat ook bij het afsluiten van de handelsovereenkomst? Dan begeleiden we je ook daar, zodat je weet dat je de best mogelijke partner hebt gekozen.

4. Implementatie

Na deze stappen start jouw exportverhaal, en we blijven naast je staan. We bereiden jou en je medewerkers voor, zodat de structuur die we samen bouwden ook echt in de praktijk werkt. Zo blijft de overgedragen kennis binnen jouw bedrijf hangen. Met onze feedback zorgen we dat de handelsrelatie zich goed ontwikkelt. En dat weten we uit eigen ervaring: we hebben het de afgelopen 25 jaar zelf allemaal meegemaakt.

In Nederland en België bieden RVO en VLAIO verschillende ondersteuning voor beginnende exporteurs. Wil je weten wat er voor jou mogelijk is? Bel of mail gerust.